

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, selain dengan besarnya minat berwirausaha masyarakat, faktor ekonomi dan sulitnya mencari lapangan kerja juga menjadi alasan masyarakat lebih memilih membuka usaha untuk mendapatkan penghasilan. Sehingga membuat dunia usaha sekarang ini dituntut untuk mengambil langkah yang strategis agar dapat bersaing dengan usaha yang lainnya dan juga dapat memunculkan minat konsumen. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki potensi yang cukup untuk dikembangkan, dan memiliki karakteristik yang berbeda dari usaha besar mulai dari skala usaha, jumlah karyawan, kapasitas serta omset penjualan sehingga memiliki ketangguhan dalam usaha dan menjaga kelangsungan usahanya. Pesatnya perkembangan UMKM yang kini mendapat perhatian lebih dari pemerintah, mendorong minat masyarakat untuk berwirausaha, karena wirausaha berperan penting dalam memajukan sektor UMKM.

Perkembangan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Aceh menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Aceh pada tahun 2024, jumlah UMKM di Aceh mencapai lebih dari 108 ribu unit usaha, terdiri dari 106.147 usaha mikro dan 2.360 usaha kecil. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, yang menandakan adanya pertumbuhan minat masyarakat untuk berwirausaha di berbagai sektor ekonomi.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Aceh Tamiang memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dengan memberikan lapangan kerja dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal dan keterampilan, UMKM terus berinovasi dan beradaptasi untuk bertahan dan berkembang. Sebagai salah satu kabupaten yang memiliki potensi ekonomi yang berkembang di Provinsi Aceh, Kabupaten Aceh Tamiang memiliki sejumlah unit usaha UMKM yang tersebar di berbagai sektor ekonomi. Dataset tentang Jumlah Usaha Menengah Kecil di Kabupaten Aceh Tamiang telah dikumpulkan menurut kecamatan yang menunjukkan adanya upaya sistematis dalam pendataan dan pembinaan UMKM di wilayah ini. Data ini dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah setempat sebagai bagian dari upaya monitoring dan evaluasi perkembangan sektor UMKM yang menjadi motor penggerak ekonomi kerakyatan di kabupaten yang memiliki tingkat upah minimum regional tertinggi kedua di Aceh setelah Banda Aceh. Berikut adalah beberapa data jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Aceh Tamiang menurut data yang diberikan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Aceh Tamiang:

**Tabel 1. 1**  
**Daftar UMKM di Kabupaten Aceh Tamiang**

No	Nama UMKM	Lokasi	Produksi (Unit)	Jenis Produk
1	Toko Sembako Sejahtera	Karang Baru	500	Sembako
2	Kue Tradisional Aceh	Tamiang Hulu	300	Kue Tradisional
3	Kerajinan Tradisional Aceh	Tamiang Hulu	200	Kerajinan Tangan
4	Usaha Makanan Ringan	Bendahara	400	Camilan
5	Ternak Sapi Mandiri	Seruway	150	Daging Sapi
6	Minuman Herbal Aceh	Kuala Simpang	250	Minuman Herbal

No	Nama UMKM	Lokasi	Produksi (Unit)	Jenis Produk
7	Pertanian Organik	Manyak Payed	600	Sayuran Organik
8	Toko Pakaian Tradisional	Rantau	350	Pakaian Tradisional
9	Usaha Camilan Aceh	Tamiang Timur	450	Camilan
10	Kerupuk Aceh	Sekerak	300	Kerupuk
11	Toko Elektronik	Karang Baru	200	Alat Elektronik
12	Jasa Cuci Mobil	Tamiang Selatan	100	Jasa Cuci Mobil
13	Katering Aceh	Karang Baru	250	Makanan Katering
14	Usaha Kecil Pertanian	Bendahara	500	Sayuran dan Buah
15	Toko Bahan Bangunan	Sekerak	150	Bahan Bangunan
16	Usaha Makanan Tradisional	Sekerak	400	Makanan Tradisional
17	Kerajinan Anyaman	Seruway	200	Anyaman
18	Toko Alat Tulis	Manyak Payed	300	Alat Tulis
19	Usaha Jasa Fotografi	Kuala Simpang	80	Jasa Fotografi
20	Ternak Ayam Petelur	Tamiang Hulu	600	Telur Ayam
21	Toko Perhiasan	Kuala Simpang	150	Perhiasan
22	Usaha Kue Basah	Kuala Simpang	350	Kue Basah
23	Jasa Desain Grafis	Karang Baru	100	Desain Grafis
24	Toko Mainan Anak	Kuala Simpang	200	Mainan Anak
25	Usaha Pembuatan Sabun	Tamiang Hulu	250	Sabun
26	Toko Bunga Segar	Kuala Simpang	300	Bunga Segar
27	Usah Jasa Kebersihan	Manyak Payed	150	Jasa Kebersihan
28	Ternak Kambing	Rantau	100	Daging Kambing
29	Usaha Makanan Sehat	Karang Baru	400	Makanan Sehat
30	Kerajinan Batik Aceh	Bendahara	200	Batik
31	Toko Sepatu	Karang Baru	250	Sepatu
32	Usaha Jasa Pijat	Tamiang Hulu	80	Jasa Pijat
33	Toko Peralatan Dapur	Kuala Simpang	300	Peralatan Dapur
34	Usaha Kue Kering	Bendahara	500	Kue Kering
35	Ternak Ikan Lele	Seruway	600	Ikan Lele
36	Usaha Jasa Pengiriman	Kuala Simpang	150	Jasa Pengiriman
37	Toko Bahan Makanan	Kuala Simpang	400	Bahan Makanan
38	Usaha Kerajinan Kayu	Tamiang Hulu	200	Kerajinan Kayu
39	Toko Alat Olahraga	Kuala Simpang	100	Alat Olahraga
40	Usaha Jasa Konstruksi	Karang Baru	50	Jasa Konstruksi
41	Toko Makanan Ringan	Kuala Simpang	300	Makanan Ringan
42	Usaha Pembuatan Roti	Seruway	250	Roti
43	Ternak Bebek	Sekerak	200	Daging Bebek
44	Usaha Jasa Laundry	Karang Baru	150	Jasa Laundry
45	Toko Alat Musik	Kuala Simpang	100	Alat Musik
46	Usaha Kue Tradisional	Karang Baru	400	Kue Tradisional
47	Kerajinan Perak	Sekerak	200	Kerajinan Perak
48	Toko Bahan Kue	Kuala Simpang	300	Bahan kue

No	Nama UMKM	Lokasi	Produksi (Unit)	Jenis Produk
49	Usaha Jasa Event	Karang Baru	80	Jasa Event
50	Ternak Ikan Nila	Seruway	500	Ikan Nila

Sumber: DISKOPERINDAG Aceh Tamiang

Data jumlah UMKM yang tercatat di Kabupaten Aceh Tamiang mencerminkan keberagaman sektor usaha yang berkembang di wilayah ini, mulai dari perdagangan, jasa, industri pengolahan, hingga sektor kreatif yang semakin menunjukkan potensi besar. Dari total UMKM yang ada, sebagian di antaranya bergerak dalam bidang industri kreatif, khususnya kerajinan tangan atau *handicraft* yang memanfaatkan kekayaan sumber daya alam dan kearifan lokal masyarakat Aceh Tamiang.

*Handicraft* adalah seni kerajinan tangan yang dibuat dengan tangan menggunakan teknik tertentu dan menghasilkan produk yang unik dan bernilai ekonomis. Pada awalnya, seni kerajinan tangan banyak digeluti oleh para penggiat seni kerajinan tangan yang ingin menciptakan suatu karya bernilai artistik dan untuk mengasah bakat mereka serta menambah koleksi mereka sendiri. Industri kemudian mulai memperhatikan kegiatan tersebut. Hal ini tentu tidak terlepas dari nilai ekonomis tinggi dan keunikan produk buatan tangan. Untuk mencapai pemerataan pendapatan dan pelestarian hasil budaya masyarakat, pemerintah kemudian menggunakan kerajinan tangan yang sudah menjadi komoditas industri. Salah satu sektor UMKM yang potensial di Provinsi Aceh, khususnya Kabupaten Aceh Tamiang, adalah kerajinan tangan. Kerajinan Aceh Tamiang termasuk anyaman pandan, ukiran kayu, tenun, dan kerajinan kulit dengan ciri khas yang

mencerminkan kekayaan budaya lokal. Berikut adalah beberapa jenis contoh UMKM yang bergerak di sektor *Handicraft* yang ada di Aceh Tamiang:

**Tabel 1. 2**  
**Daftar Beberapa Jenis UMKM Kerajinan Tangan dan Wilayah Produksi di Aceh Tamiang**

No	Jenis UMKM	Jumlah	Lokasi
1.	Anyaman Rotan	25	Tamiang Hulu, Bandar Pusaka
2.	Tenun Tradisional	15	Rantau, Kejuruan Muda
3.	Tempurung Kelapa	10	Seruway, Bendahara
4.	Sulaman dan Bordir	8	Kota Kuala simpang, Karang Baru
5.	Ukiran kayu	7	Manyak Payed, Tamiang Hulu
6.	Daur ulang	10	Bandar Pusaka, Karang Baru

Sumber: DISKOPERINDAG Aceh Tamiang

Kinerja penjualan merupakan salah satu variabel penting dalam penelitian manajemen dan pemasaran, karena menjadi indikator utama keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan bisnisnya. Menurut Samsudin, (2025) penjualan merupakan seni memahami kebutuhan pelanggan dan menciptakan nilai dalam produk, di mana faktor harga, promosi, kualitas, dan distribusi menjadi penentu utama volume penjualan. Kemudian Fitriani et al., (2024) menambahkan bahwa penjualan tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sehingga pengukuran penjualan dapat dilakukan melalui pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Sejalan dengan itu, Annazwa & Faradila, (2025) menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan UMKM di era digital diukur melalui peningkatan volume transaksi tahunan yang dipengaruhi oleh inovasi produk, strategi promosi digital, dan kualitas layanan.

Industri seni Aceh Tamiang masih menghadapi banyak tantangan saat berkembang. Salah satu masalah utama adalah strategi pemasaran. Meskipun ada

potensi yang luar biasa, banyak UMKM kerajinan tangan di Aceh Tamiang masih menggunakan strategi pemasaran tradisional. Sebagian besar dari mereka belum memanfaatkan teknologi digital sepenuhnya untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Strategi promosi masih terbatas pada penjualan dari mulut ke mulut, penjualan langsung di toko, atau bazar. Akibatnya, daya saing produk menjadi kurang efektif di era digital saat ini. Faktor-faktor utama yang menghalangi penggunaan media sosial dalam kampanye pemasaran adalah ketidaktahuan tentang *platform online*, keterbatasan sumber daya dan ketidakmampuan untuk mendapatkan pelatihan teknologi sehingga menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi dan bersaing di pasar. Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang ditandai dengan banyaknya penggunaan internet oleh pengusaha dipakai untuk promosi lewat media sosial.

Media sosial didefinisikan sebagai platform digital interaktif yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan berpartisipasi dalam komunikasi dua arah secara *real-time*, serta membentuk komunitas berbasis minat, identitas, atau tujuan tertentu. Menurut Safitri *et al.*, (2025), penggunaan media sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM karena mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar. Hal ini sejalan dengan Mahardika, (2024) yang menegaskan bahwa adopsi media sosial berdampak positif terhadap kinerja bisnis UMKM, terutama ketika didukung oleh faktor organisasional dan lingkungan. Kemudian menurut Septianto *et al.*, (2024) menekankan bahwa penggunaan Instagram sebagai platform media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan promosi penjualan online UMKM. Dengan jumlah

pengguna yang besar dan fitur interaktif yang dimiliki, Instagram memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkuat brand awareness sekaligus memperluas pasar secara digital.

Lebih lanjut, Wahida, (2025) menekankan bahwa optimalisasi media sosial merupakan strategi utama dalam memperkuat performa UMKM di era digital. Media sosial saat ini juga memudahkan orang dalam berbagi informasi atau mencari pengetahuan terkait sesuatu dan juga membawa perubahan pada manajemen bisnis mulai dari produksi barang dan layanan hingga pengirimannya ke konsumen. Kemudian Menurut Elisabeth Simawartin Putri, (2025) Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan UMKM tenun. Faktor yang lebih dominan adalah penggunaan *e-commerce* dan *website*. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada pemanfaatan media sosial semata, melainkan juga pada kemampuan wirausaha dalam mengoptimalkan keterampilan kewirausahaan.

*Entrepreneurial skill* merupakan kemampuan dan kapasitas untuk melakukan sesuatu dan sebagai keterampilan untuk menunjukkan seberapa percaya diri seseorang terhadap tingkat keterampilan yang dimiliki terkait dengan kewirausahaan. Sehingga dengan adanya *Entrepreneurial Skill* dalam diri seseorang maka akan lebih mudah dalam menyelesaikan tugasnya sebagai *Entrepreneur* Zahara, (2022). Keterampilan tersebut bisa menjadi salah satu pendorong wirausahawan untuk mencapai keberhasilan usahanya. Keterampilan yang dimiliki setiap usaha memiliki kreativitas, dan yang membedakannya ialah tingkat kreativitas antara satu dengan yang lain. Orang yang mempunyai jiwa

*entrepreneurial skill* perlu memiliki kesiapan mental yang baik untuk menghadapi kerugian ataupun mengalami keuntungan yang besar. Menurut Ningrum, (2022) keterampilan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha, semakin tinggi pula peluang keberhasilan usaha yang mereka jalankan. Kemudian menurut Yasin, (2023) menemukan bahwa Kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Kubu Raya. Pelaku UMKM dengan keterampilan manajemen dan inovasi lebih mampu meningkatkan penjualan. Bekti Widyaningsih, (2024) membuktikan bahwa penerapan *entrepreneurial skill* bersama kualitas produk berkontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing dan penjualan UMKM batik di Jombang. Kemudian menurut Silvia Sari, (2024) Keterampilan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Variabel strategi bisnis dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor utama yang memengaruhi kinerja UMKM di Depok. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keterampilan kewirausahaan tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam peningkatan penjualan.

Selain *Entrepreneurial skill*, *Innovativeness* tak kalah pentingnya, dikarenakan dalam pemasaran *Innovativeness* didefinisikan sebagai kemampuan wirausaha untuk merespons tren globalisasi dan teknologi dengan menciptakan peluang bisnis baru. Menurut Favour Oluwadamilare Usman *et al.*, (2024) Inovasi pemasaran produk bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan membuat produk baru, mencari ide baru, dan melakukan penelitian dan

pengembangan dengan menggunakan kemampuan untuk membuat barang dan layanan baru. Dengan inovasi, bisnis dapat menembus pasar baru dan meningkatkan pendapatan. Ini karena inovasi dapat menjadi alat penting untuk memasuki pasar baru. Menurut Eli Suherli, Wardaya, (2024) kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM karena didorong oleh orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan. Hal ini sejalan dengan Nuryakin, (2023) yang menekankan bahwa inovasi merupakan faktor kunci dalam memperbesar skala usaha mikro dan kecil serta meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Lebih lanjut, Lestari, (2025) menegaskan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan dan daya saing UMKM di era digital. Kemudian menurut (Tania & Pratama, 2025) Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Faktor harga kompetitif dan promosi media sosial lebih dominan dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menitikberatkan pada UMKM sektor kerajinan di Aceh Tamiang, serta mengintegrasikan variabel media sosial, *Entrepreneurial skill* dan *Innovativeness* sebagai faktor yang memengaruhi kinerja penjualan. Fokus ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur, karena belum banyak penelitian terdahulu yang secara komprehensif mengkaji ketiga variabel tersebut secara simultan pada konteks UMKM kerajinan di Aceh Tamiang.

Meskipun kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah sangat besar, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diperhatikan. Sebagian besar penelitian sebelumnya di Aceh lebih banyak menyoroti UMKM secara umum

atau sektor perdagangan dan kuliner. Misalnya kajian Maulana et al., (2023) menekankan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif di Aceh sering kali menghadapi keterbatasan daya saing nasional maupun internasional. Namun, penelitian tentang UMKM *handicraft* di Aceh Tamiang masih sangat terbatas, padahal sektor ini memiliki potensi besar karena berbasis pada kearifan lokal dan budaya daerah. Lebih jauh lagi, kajian yang menghubungkan variabel Media Sosial, *Entrepreneurial Skill*, dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan UMKM *Handicraft* belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM kerajinan di Aceh Tamiang.

Berdasarkan dari fenomena diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal ini dengan judul penelitian “Pengaruh Media Sosial, *Entrepreneurial Skill* Dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan UMKM *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Bagaimana Pengaruh *Entrepreneurial Skills* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang?
3. Bagaimana pengaruh *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang?

4. Bagaimana Pengaruh Media Sosial, *Entrepreneurial Skills* dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka Tujuan Penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Skills* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Innovativeness* terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Media Sosial, *Entrepreneurial Skills* dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan Manfaat Teoritis dan Praktis sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Menambah wawasan akademik mengenai peran media sosial, keterampilan kewirausahaan, dan inovasi dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM, khususnya sektor kerajinan tangan.

2. Memberikan dasar teoritis bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji hubungan antara digitalisasi dan performa bisnis UMKM di daerah.
3. Memperkaya literatur tentang strategi pemasaran berbasis digital dan inovasi sebagai faktor penentu keberhasilan usaha kecil dan menengah.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM handicraft dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan efisien.
2. Menjadi acuan bagi Dinas Koperasi dan UMKM dalam merancang program pelatihan kewirausahaan dan inovasi untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal.
3. Membantu UMKM memahami pentingnya keterampilan kewirausahaan dan inovasi dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan penjualan.